**Лидл България с първи доклад в бранша за приноса на компанията към обществото**

*За 5 години компанията е вложила над 3,3 млн. лева за социално отговорни инициативи, дарения и спонсорства*

**26 май 2022 г., гр. София.** Лидл България публикува първия доклад в сектора на търговията, в който анализира въздействието от своята корпоративна социално отговорна дейност върху обществото. Документът, изготвен от консултантската компания PwC България, обхваща периода от 2017 до 2021 година. Обобщените резултати от оценката показват, че за 5 години Лидл България е вложила над 3,3 млн. лв. в десетки социално значими проекти, дарения и спонсорства. Документът представя и задълбочен анализ на реалното въздействие от тези средства върху живота на хората.

*„Преди 5 години очертахме стратегията и целите на нашата социална отговорност в подкрепа на обществото. Определихме ги на базата на проучване, което показа какво е важно за хората, за да водят един пълноценен начин на живот. Именно към важните за тях неща фокусирахме нашите усилия и насочихме социално отговорните си инициативи. За да анализираме как и в каква степен сме повлияли върху живота на хората, направихме тази оценка. Резултатите от нея показват, че направените от Лидл България социални инвестиции имат реална и дълготрайна стойност за обществото – много хора са променили нагласите си, придобили са нови умения и за много от тях всичко това е довело до подобрение в качеството на живот. Това ни радва изключително много и ни мотивира още повече да продължим усилията си в тази посока и да допринасяме за пълноценния начин на живот на хората в страната“,* сподели г-жа Милена Драгийска, главен изпълнителен директор на Лидл България.

*„Това е първата оценка на социално отговорните активности, която създаваме за българска компания. Сигурен съм, че този анализ е от голямо значение както за Лидл България, така и за нашия пазар като цяло. Докладът не само ни доближава до световните практики за изследване и оценяване на корпоративната социална дейност на компаниите, но също така е и съществена крачка в посока преминаване от чисто количествено определяне на приноса към обществото, към разбиране на реалното въздействие от социалните инвестиции на компаниите. С други думи към оценка на качествените промени, до които те водят“* каза Савин Дянков, старши мениджър „ESG услуги“ Югоизточна Европа, PwC.

Целият доклад може да бъде разгледан на следния линк: [https://corporate.lidl.bg/otgovornost](https://corporate.lidl.bg/otgovornost/ocenka-na-v-zdejstvieto-v-rhu-obschestvoto)

Резултатите от оценката на социалната дейност на Лидл България показват, че 163 222 души са придобили или усъвършенствали своите умения благодарение на инициативите на компанията, а при 98 950 има промяна в качеството на живот. Едновременно с това, 156 756 души посочват, че тази положителна промяна е значителна, а за 94 350 души е настъпила трайна трансформация в начина на живот. В анализирания период 2017 – 2021 г., основните социално отговорни инициативи, дарения и спонсорства, реализирани от компанията, са насочени в посока здравословно хранене и спорт, учене и развиване на таланти и подкрепа на местните общности. Сред по-големите инициативи се отличава програмата „Ти и Lidl за по-добър живот“, която за 4 издания подкрепи 96 проекта от цялата страна с над 715 000 лв. Към нея се добавят още инициативи като „Дай шанс на балканката“, „Lidl неделя в Музейко“ и др.

Докладът, изготвен от PwC България, е разработен на база световно признатата методология Business for Societal Impact (B4SI). Тя е създадена от London Business Group и се използва от стотици водещи компании по света, за да формулират и измерят положителното си социално въздействие. Измерването на ефекта върху обществото става по дълбочина и вид на въздействието и по този начин показва доколко дадена дейност е от полза за хората, до които е достигнала.

***За Лидл България***

*Lidl е най-голямата верига магазини за хранителни стоки в Европа, част e от немската Schwarz Gruppe и присъства в 31 държави. В България Lidl стартира своята дейност през 2010 г. Днес компанията има 111 магазина в 50 града и над 3700 служители. Предимствата на специфичния бизнес модел, широката гама продукти с оптимално съотношение качество-цена и въвеждането на редица иновативни практики и модели наложиха Lidl в България като смарт дискаунтър, предлагащ високо качество на добра цена и компания, която подхожда честно, отговорно, с мисъл и грижа за своите клиенти, служители и партньори.*

***За PWC***

*PwC предоставя отраслово-фокусирани одиторски, данъчни и консултантски услуги. Основна цел на компанията е изграждане на доверие в обществото и разрешаване на важни проблеми. Повече от 295 000 души в 156 държави, работещи във фирмите от мрежата на PwC, споделят своите идеи и експертиза, за да разработват нови решения и да предоставят практически консултации на своите клиенти.*

*PwC развива дейност в България от 1992 г. като в момента офисът й в страната наброява над 250 души. Компанията оказва съдействие на публични и частни предприятия с различен размер, предоставяйки им иновативни съвети и решения за бизнеса.*